

Implementation of Total Quality Management (TQM) in Meeting Customer Satisfaction in Educational Institutions

Fizian Yahya¹, Nita Sunarya Herawati²
STAI Darul Kamal NW Kembang Kerang NTB^{1,2}
Email: fizian1989@gmail.com

Abstract

This research discusses the implementation of Total Quality Management (TQM) in educational institutions. Using a qualitative approach, this article examines the implementation of Total Quality Management (TQM). Total Quality Management (TQM) becomes important to implement because it encompasses a continuous and comprehensive improvement process. This paper uses a literature review method discussed in the form of argumentation and descriptive narration. This literature study research shows that to achieve the best quality, this research indicates that Quality is an indicator of the success of educational institutions as well as a strategic tool for continuous improvement. The article also emphasizes the importance of good quality in the world of education, stakeholder involvement thru Total Quality Management (TQM) planning as a systematic approach to meeting standards in improving the quality of education into more effective and efficient educational services. Thus, focusing on the implementation of Total Quality Management (TQM) enables educational institutions to enhance their competitiveness and produce graduates who are relevant to the demands of the times.

Keywords: Implementation, Quality Management, Education



Licensees may copy, distribute, display and perform the work and make derivative works and remixes based on it only if they give the author or licensor the credits ([attribution](#)) in the manner specified by these. Licensees may copy, distribute, display, and perform the work and make derivative works and remixes based on it only for [non-commercial](#) purposes.

Pendahuluan

Tulisan ini membahas mengenai Total Quality Management. Pendidikan saat ini dihadapkan pada tantangan situasi pandemi yang melanda berbagai Negara khususnya di Indonesia. Indonesia memiliki Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang mengelola bidang pendidikan mulai dari tingkat dasar, menengah hingga pendidikan tinggi. Seluruh satuan pendidikan itu perlu di kelola dengan baik agar memiliki mutu yang baik.

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, kualitas pendidikan menjadi salah satu aspek utama yang harus diperhatikan oleh institusi pendidikan. Total Quality Management (TQM) sebagai suatu pendekatan manajemen yang berfokus pada peningkatan kualitas secara menyeluruh telah banyak diadopsi dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan. Salah satu elemen penting dalam penerapan TQM adalah pemahaman terhadap pelanggan atau stakeholder pendidikan, yang meliputi siswa, orang tua, masyarakat, dan dunia kerja. Pelanggan pendidikan bukan hanya orang yang menerima layanan tetapi juga mitra strategis yang menentukan keberhasilan implementasi Total Quality Management (TQM) melalui umpan balik dan partisipasi mereka (Ikhsan, N. F et al., 2023). Pelanggan di sini memiliki peran ganda sebagai konsumen sekaligus kontributor terhadap proses peningkatan mutu sehingga pendekatan manajemen harus bersifat inklusif dan responsif.

Penerapan TQM dalam pendidikan menuntut adanya orientasi kuat terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan agar dapat menghasilkan layanan edukatif berkualitas tinggi. Hal ini sejalan

dengan temuan bahwa kepuasan pelanggan adalah indikator utama keberhasilan sistem manajemen mutu di institusi pendidikan. (Santi & Setiyono, 2024). Dengan demikian, institusi harus mampu mengidentifikasi kebutuhan spesifik setiap kelompok pelanggan serta melakukan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan standar mutu terpenuhi secara konsisten. Fokus pada pelanggan memungkinkan lembaga untuk lebih adaptif menghadapi dinamika perubahan sosial dan teknologi sehingga meningkatkan daya saing serta relevansi lulusan di pasar kerja.

Tantangan terbesar dalam mengimplementasikan konsep pelanggan pada TQM di bidang pendidikan adalah kompleksitas karakteristik pelanggannya sendiri. Berbeda dengan sektor komersial dimana pelanggan biasanya memiliki ekspektasi langsung terkait produk atau jasa tertentu; dalam dunia pendidikan ekspektasi tersebut bersifat multidimensional melibatkan aspek akademik, psikologis hingga sosial budaya (Sudadio, 2024). Oleh karena itu diperlukan strategi komunikasi efektif serta mekanisme feedback yang transparan agar aspirasi semua pihak dapat terakomodir secara optimal. Kompleksitas ini menuntut pengembangan model manajemen mutu khusus untuk sektor edukasi agar tidak sekadar meniru praktik bisnis tapi benar-benar sesuai konteksnya.

Sumbangan pendidikan terhadap pembangunan bangsa tentu bukan hanyasekedar penyelenggaraan pendidikan, tetapi pendidikan yang bermutu, baik dari sisi input, proses, output, maupun outcome. Input pendidikan yang bermutu adalah guru-guru yang bermutu, peserta didik yang bermutu, kurikulum yang bermutu, fasilitas yang bermutu, dan berbagai aspek penyelenggaraan pendidikan yang bermutu. Proses pendidikan yang bermutu adalah proses pembelajaran yang bermutu. Output pendidikan yang bermutu adalah lulusan yang memiliki kompetensi yang disyaratkan. Adapun outcome pendidikan bermutu adalah lulusan yang mampu melanjutkan ke jenjang pendidikan lebih tinggi atau terserap pada dunia usaha atau industry (Koswara, 2011).

Secara keseluruhan penerapan prinsip-prinsip TQM dengan fokus kepada pelanggan memberikan peluang besar bagi lembaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas layanan secara holistik sekaligus membangun reputasi positif jangka Panjang (Sunardi, 2024). Sinergi produktif akan tercipta untuk mencapai visi misi institusi secara berkelanjutan melalui pemahaman mendalam tentang kebutuhan stakeholder dan komitmen bersama dari seluruh organisasi (Gumilar, 2023). Dari pemaparan di atas dapat kita simpulkan penerapan konsep pelanggan dalam kerangka TQM di bidang pendidikan merupakan langkah strategis penting namun penuh tantangan kompleksitas multidimensional pelanggannya sendiri sehingga memerlukan pendekatan manajemen khusus berbasis komunikasi efektif dan feedback transparan demi mencapai tujuan peningkatan kualitas layanan edukatif secara holistik sekaligus menjaga relevansi lulusan sesuai perkembangan zaman modern saat ini.

Metode

Dalam penelitian ini, para peneliti menggunakan pendekatan penelitian studi pustaka, sebuah metode penelitian kualitatif, informasi diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, catatan, dan laporan penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pelanggan pada Total Quality Management (TQM) dalam pendidikan Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik, metode studi karakter digunakan untuk mengumpulkan dan menyampaikan informasi yang relevan.

Dalam proses penelitian kualitatif, informasi yang diperlukan diperoleh dari berbagai sumber literatur. Sumber literatur ini meliputi buku dan referensi lain yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Peneliti mengumpulkan informasi yang relevan dengan menggunakan literatur dan dokumen. Dalam penelitian ini, buku dan artikel ilmiah digunakan sebagai objek penelitian untuk mendapatkan gambaran pelanggan pada Total Quality Management (TQM) dalam pendidikan. Sementara itu, teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan mencari referensi mengenai aspek-aspek yang diperlukan melalui buku, jurnal, dan catatan lain yang berkaitan dengan Total Quality Management (TQM) dalam pendidikan.

Penelitian ini dilakukan selama tiga minggu. Penelitian dimulai dengan mengumpulkan karya-karya dari berbagai tokoh yang membahas pelanggan pada Total Quality Management (TQM) dalam

pendidikan. Kemudian, pemilihan dan penyaringan karya-karya tersebut dilakukan sebagai sumber utama untuk mendukung penelitian. Sumber-sumber ini kemudian diambil dan dianalisis sesuai dengan informasi yang dibutuhkan. Selanjutnya, hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskripsi naratif. Pada akhirnya, penelitian ini mengakhiri diskusi tentang pelanggan pada pelanggan pada Total Quality Management (TQM) dalam pendidikan.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Pada bagian ini penulis menganalisis data terkait proses ekranisasi novel *Dignitate* karya Hana Margaretha ke dalam Film *Dignitate* Disutradarai Fajar Nugros. Analisis dalam penelitian ini ialah proses ekranisasi aspek penciptaan, penambahan, dan perubahan bervariasi terhadap unsur intrinsik novel dan film *Dignitate*. Unsur intrinsik yang dimaksud yaitu: alur cerita dan tokoh.

a. Konsep mengenai implementasi Total Quality Management (TQM)

1) Definisi Pelanggan dalam Konteks Pendidikan

Dalam dunia pendidikan, pelanggan tidak hanya terbatas pada siswa sebagai penerima layanan, tetapi juga mencakup berbagai stakeholder lainnya seperti orang tua, masyarakat, dan dunia industri. Menurut Smith et al. (2022), pelanggan dalam pendidikan adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap hasil pendidikan dan berkontribusi dalam proses pembelajaran (Erlin, E., Andriani, L et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pendidikan memiliki peran yang lebih kompleks dibandingkan dengan pelanggan di sektor komersial, di mana mereka hanya berfungsi sebagai konsumen.

2) Kategori Pelanggan dalam Pendidikan

Pelanggan pendidikan dapat dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain: 1) Siswa, Sebagai penerima utama layanan pendidikan, siswa memiliki harapan dan kebutuhan yang beragam terkait dengan pengalaman belajar mereka; 2) Orang Tua, Mereka berperan sebagai pendukung dan pengawas proses pendidikan anak-anak mereka, serta memiliki harapan terhadap kualitas pendidikan yang diterima; 3) Masyarakat: Masyarakat luas memiliki kepentingan terhadap hasil pendidikan, terutama dalam konteks pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas; 4) Dunia Kerja, Perusahaan dan industri memiliki ekspektasi terhadap lulusan yang siap kerja dan memiliki keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar (Erlin, E et al., 2024). Setiap kategori pelanggan memiliki kebutuhan dan harapan yang berbeda, sehingga institusi pendidikan harus mampu mengidentifikasi dan memenuhi ekspektasi tersebut.

3) Pentingnya Memahami Kebutuhan Pelanggan

Memahami kebutuhan dan harapan pelanggan pendidikan adalah langkah awal yang krusial dalam penerapan Total Quality Management (TQM). Kepuasan pelanggan merupakan indikator utama keberhasilan sistem manajemen mutu di lembaga pendidikan. Oleh karena itu, institusi pendidikan harus melakukan survei dan evaluasi secara berkala untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik setiap kelompok pelanggan (Estede, S et al., 2025).

Dengan memahami kebutuhan pelanggan, institusi dapat merancang kurikulum, metode pengajaran, dan layanan pendukung yang lebih relevan dan efektif. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan secara keseluruhan.

4) Tantangan dalam Mengelola Pelanggan Pendidikan

Salah satu tantangan terbesar dalam mengelola pelanggan pendidikan adalah kompleksitas karakteristik mereka. Berbeda dengan sektor komersial, di mana pelanggan memiliki ekspektasi yang lebih langsung dan terukur, dalam pendidikan, ekspektasi tersebut bersifat multidimensional. Pelanggan pendidikan mengharapkan tidak hanya hasil akademik yang baik, tetapi juga pengembangan karakter, keterampilan sosial, dan kesiapan kerja (Mittal, V., & Jung, 2024). Kompleksitas ini menuntut institusi pendidikan untuk mengembangkan strategi

komunikasi yang efektif dan mekanisme umpan balik yang transparan agar aspirasi semua pihak dapat terakomodasi dengan baik.

5) Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, institusi pendidikan perlu menerapkan beberapa strategi, antara lain: a) Membangun Komunikasi yang Efektif, Institusi harus menciptakan saluran komunikasi yang terbuka dan transparan dengan semua stakeholder untuk mendengarkan masukan dan umpan balik mereka; b) Melibatkan Pelanggan dalam Proses Pengambilan Keputusan: Mengajak orang tua, siswa, dan perwakilan dunia kerja dalam proses perencanaan dan evaluasi program pendidikan dapat meningkatkan rasa memiliki dan kepuasan mereka; c) Evaluasi Berkelanjutan: Melakukan evaluasi secara berkala terhadap program dan layanan pendidikan untuk memastikan bahwa mereka tetap relevan dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Nitin Liladhar Rane, Anand Achari, 2023).

b. Kepuasan Pelanggan Pendidikan

1) Definisi Kepuasan Pelanggan Pendidikan

Kepuasan pelanggan dalam konteks pendidikan merujuk pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh siswa, orang tua, dan stakeholder lainnya terhadap layanan pendidikan yang diberikan oleh institusi. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki (Adhari, 2021). Dalam pendidikan, kepuasan ini dapat diukur melalui berbagai aspek, termasuk kualitas pengajaran, fasilitas, layanan administrasi, dan interaksi sosial di lingkungan sekolah atau universitas.

2) Pentingnya Kepuasan Pelanggan dalam Pendidikan

Kepuasan pelanggan pendidikan memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan institusi. Menurut Menurut Abidin dan rekan-rekan, institusi pendidikan yang mampu menjaga kepuasan pelanggan akan mendapatkan reputasi yang baik, meningkatkan loyalitas siswa, dan menarik lebih banyak calon siswa (Abidin et al., 2025). Hal ini juga berkontribusi pada peningkatan hasil akademik dan pengembangan karakter siswa, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing lulusan di pasar kerja.

3) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pendidikan

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pendidikan meliputi: a) Kualitas Pengajaran: Kualitas pengajaran yang baik, termasuk kompetensi guru dan metode pengajaran yang inovatif, sangat berpengaruh terhadap kepuasan siswa; b) Fasilitas dan Sumber Daya: Fasilitas yang memadai, seperti ruang kelas yang nyaman, laboratorium, dan akses ke teknologi, juga berkontribusi pada kepuasan siswa; c) Layanan Administrasi: Proses administrasi yang efisien dan responsif terhadap kebutuhan siswa dan orang tua dapat meningkatkan kepuasan secara keseluruhan; d) Interaksi Sosial: Hubungan yang baik antara siswa, guru, dan teman sebaya menciptakan lingkungan belajar yang positif, yang berkontribusi pada kepuasan siswa (Santi & Setiyono, 2024).

4) Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan dalam pendidikan dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti survei, wawancara, dan analisis data. Survei kepuasan siswa yang mencakup pertanyaan tentang berbagai aspek layanan pendidikan dapat memberikan wawasan yang berharga tentang area yang perlu diperbaiki. Menurut Ramadhan dan rekan-rekan penggunaan alat ukur yang valid dan reliabel sangat penting untuk mendapatkan data yang akurat dan dapat diandalkan (Ramadhan, M. F et al., 2024).

Kepuasan pelanggan pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai indikator keberhasilan institusi, tetapi juga sebagai alat untuk perbaikan berkelanjutan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, institusi dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan merumuskan strategi yang tepat untuk memenuhi harapan pelanggan.

c. Kebutuhan Pelanggan Internal dan Eksternal Pendidikan

Dalam dunia pendidikan, pelanggan dapat dibedakan menjadi dua kategori utama: pelanggan internal dan pelanggan eksternal; 1) Pelanggan Internal: Ini mencakup semua individu yang terlibat dalam proses pendidikan di dalam institusi, seperti guru, staf administrasi, dan manajemen. Mereka berperan penting dalam menciptakan lingkungan belajar yang efektif dan berkualitas; 2) Pelanggan Eksternal: Ini adalah pihak-pihak di luar institusi pendidikan yang terpengaruh oleh layanan pendidikan, termasuk siswa, orang tua, masyarakat, dan dunia industri. Mereka memiliki harapan dan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh institusi pendidikan.

Menurut penelitian oleh Sa'dullah (Sa'dullah, 2023) pemahaman yang mendalam tentang kedua kelompok pelanggan ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan dan mencapai kepuasan yang lebih tinggi.

1) Kebutuhan Pelanggan Internal

Pelanggan internal memiliki kebutuhan yang beragam yang harus dipenuhi agar mereka dapat berfungsi secara optimal dalam peran mereka. Beberapa kebutuhan utama pelanggan internal meliputi: a) Fasilitas dan Sumber Daya: Ketersediaan fasilitas yang memadai, seperti ruang kelas yang nyaman, laboratorium, dan teknologi pendidikan yang mutakhir, sangat penting untuk mendukung proses belajar mengajar (Gea, L., & Harefa, 2025); b) Pengembangan Profesional: Pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi guru dan staf administrasi sangat diperlukan untuk meningkatkan kompetensi mereka. Menurut Riesner dan rekan-rekan Program pengembangan profesional yang berkelanjutan dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan (Riesner et al., 2025); c) Komunikasi yang Efektif: Hubungan yang baik antara manajemen dan staf sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif. Komunikasi yang terbuka dan transparan dapat membantu mengatasi masalah dan meningkatkan kolaborasi (Rahmadhanti, N., & Gustomo, 2024).

2) Kebutuhan Pelanggan Eksternal

Kebutuhan pelanggan eksternal juga sangat beragam dan mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan hasil pendidikan. Beberapa kebutuhan utama pelanggan eksternal meliputi:

Kurikulum yang Relevan: Pelanggan eksternal, terutama siswa dan orang tua, mengharapkan kurikulum yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar kerja. Menurut penelitian oleh Amin, kurikulum yang adaptif dapat meningkatkan kepuasan siswa dan orang tua (Amin, 2025).

Kualitas Pengajaran: Siswa mengharapkan pengajaran yang berkualitas tinggi dari guru yang kompeten. Hal ini mencakup metode pengajaran yang inovatif dan interaktif yang dapat meningkatkan pemahaman siswa (Alfian et al., 2022). Studi yang dilakukan oleh Misbah dan Usriati, guru menerapkan siklus perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi yang sejalan dengan prinsip Plan-Do-Check-Act (PDCA) dalam TQM. Siklus ini secara konsisten digunakan untuk meningkatkan mutu proses pembelajaran dan hasil belajar siswa. Hasilnya, rata-rata ketuntasan belajar meningkat dari 68 pada siklus pertama menjadi 79,5 pada siklus kedua (Misbah, M., 2021).

Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pendidik memahami dan merespon kebutuhan siswa. Inovasi metode pembelajaran berbasis kebutuhan peserta didik adalah bagian dari strategi manajemen mutu yang berorientasi pelanggan.

Dukungan Karir: Dunia industri mengharapkan lulusan yang siap kerja dengan keterampilan yang relevan. Oleh karena itu, institusi pendidikan perlu menjalin kemitraan dengan industri untuk memastikan bahwa lulusan memiliki keterampilan yang dibutuhkan (Shah, R., & Gillen, 2023).

3) Sinergi antara Kebutuhan Pelanggan Internal dan Eksternal

Analisis mendalam menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan pelanggan internal dan eksternal harus dilakukan secara sinergis. Keduanya saling terkait dan mempengaruhi satu sama

lain. Jika kebutuhan pelanggan internal tidak terpenuhi, maka kualitas pengajaran dan layanan kepada pelanggan eksternal juga akan terpengaruh. Sebagai contoh, jika guru tidak mendapatkan pelatihan yang memadai, mereka mungkin tidak dapat memberikan pengajaran yang berkualitas, yang pada gilirannya akan mempengaruhi kepuasan siswa dan orang tua. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk menciptakan strategi yang mengintegrasikan pemenuhan kebutuhan kedua kelompok pelanggan ini (Sa'dullah, 2023)

Dalam konteks manajemen pendidikan yang berbasis pelanggan, Komite Sekolah memiliki kontribusi signifikan sebagai jembatan antara sekolah dan pelanggan eksternal, seperti orang tua dan masyarakat. Menurut Misbah (2009), Komite Sekolah berfungsi sebagai advisory agency, supporting agency, controlling agency, dan mediatory agency dalam penyelenggaraan pendidikan. Hal ini memperkuat prinsip TQM bahwa semua pemangku kepentingan harus dilibatkan secara aktif dalam upaya peningkatan mutu pendidikan yang berkelanjutan.

Pelanggan eksternal, seperti orang tua dan masyarakat, memiliki harapan yang tinggi terhadap mutu layanan pendidikan. Oleh karena itu, keterlibatan Komite Sekolah dalam merumuskan kebijakan, menetapkan prioritas layanan, serta mengawasi pelaksanaan program sekolah menjadi penting untuk memastikan bahwa kebutuhan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi secara optimal. Hal ini sejalan dengan pendekatan client model dalam TQM, di mana lembaga pendidikan diposisikan sebagai penyedia layanan yang harus responsif terhadap pelanggan (Misbah, 2009).

Lebih lanjut, Komite Sekolah dapat berperan dalam menjembatani komunikasi antara sekolah dengan pelanggan, terutama dalam pengumpulan dan analisis aspirasi serta umpan balik dari masyarakat. Dengan begitu, partisipasi aktif masyarakat akan mendorong perbaikan berkelanjutan (continuous improvement) dalam semua aspek layanan pendidikan.

d. Pembentukan Fokus Pelanggan Pendidikan

1) Pengertian Fokus Pelanggan dalam Pendidikan

Fokus pelanggan dalam pendidikan merujuk pada orientasi lembaga pendidikan untuk memahami, memenuhi, dan melampaui kebutuhan serta harapan para pelanggannya. Dalam konteks Total Quality Management (TQM), fokus pelanggan menjadi prinsip utama yang mengarahkan seluruh proses manajemen mutu agar layanan pendidikan dapat memberikan nilai tambah bagi semua stakeholder.

Menurut Mittal dan Jung fokus pelanggan bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan dasar siswa atau orang tua, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam terhadap aspirasi mereka yang terus berkembang seiring perubahan sosial dan teknologi (Mittal, V., & Jung, 2024).

2) Proses Pembentukan Fokus Pelanggan

Pembentukan fokus pelanggan di institusi pendidikan melibatkan beberapa tahapan penting: a) Identifikasi Stakeholder: Mengidentifikasi siapa saja yang termasuk pelanggan internal dan eksternal; b) Pengumpulan Data Kebutuhan: Melakukan survei, wawancara, atau forum diskusi untuk menggali kebutuhan dan harapan mereka secara komprehensif; c) Analisis Data: Menganalisis data tersebut untuk menentukan prioritas kebutuhan yang harus dipenuhi; d) Perumusan Strategi Layanan: Merancang kebijakan dan prosedur layanan berdasarkan hasil analisis agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan secara efektif.

Penelitian oleh Yrjölä menekankan bahwa keterlibatan aktif seluruh elemen organisasi dalam proses ini sangat krusial agar fokus pelanggan tidak hanya menjadi slogan tetapi benar-benar terimplementasi dalam praktik sehari-hari (Yrjölä, 2021).

3) Tantangan dalam Membentuk Fokus Pelanggan Pendidikan

Pembentukan fokus pelanggan menghadapi berbagai tantangan seperti: a) Kompleksitas karakteristik pelanggannya yang beragam; b) Perubahan cepat tuntutan teknologi dan pasar kerja; c) Keterbatasan sumber daya manusia maupun fasilitas pendukung; d) Resistensi budaya organisasi terhadap perubahan paradigma manajemen baru

Menurut studi oleh Astutiek dan rekan-rekan keberhasilan pembentukan fokus pelanggan sangat bergantung pada kepemimpinan visioner serta sistem komunikasi internal yang terbuka sehingga hambatan tersebut dapat diminimalisir (Astutiek, D. et al., 2025).

4) Implikasi Pembentukan Fokus Pelanggan bagi Mutu Pendidikan

Dengan membangun fokus kuat pada pelanggan, institusi pendidikan mampu meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan melalui mekanisme feedback dua arah antara penyedia layanan dengan penerima manfaatnya. Hal ini memungkinkan penyesuaian kurikulum, metode pengajaran, hingga fasilitas pendukung sesuai dengan perkembangan kebutuhan nyata di lapangan.

Lebih jauh lagi, pendekatan ini memperkuat posisi lembaga sebagai entitas adaptif sekaligus inovatif sehingga mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional sekaligus menghasilkan lulusan berkualitas tinggi siap pakai sesuai tuntutan zaman modern (Junaidah, 2022).

2. Pembahasan

Paradigma pelanggan dalam pendidikan harus dipahami secara multidimensional. Pelanggan pendidikan, baik internal seperti guru dan staf, maupun eksternal seperti siswa, orang tua, masyarakat, dan dunia kerja, memiliki ekspektasi yang beragam dan kompleks. Mereka tidak hanya mengharapkan produk akhir berupa lulusan, tetapi juga menuntut proses layanan pendidikan yang berkualitas sepanjang masa studi (Calma, A., & Dickson-Deane, 2020). Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus mampu mendengarkan secara aktif suara pelanggan dan menjadikannya sebagai dasar pengambilan keputusan strategis yang berorientasi pada mutu berkelanjutan.

Kepuasan pelanggan dalam konteks pendidikan tidak hanya menjadi indikator keberhasilan institusi, melainkan juga merupakan instrumen untuk perbaikan dan inovasi berkelanjutan. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan memungkinkan institusi mengidentifikasi area layanan yang perlu ditingkatkan, serta merumuskan strategi yang lebih adaptif dan inklusif. Institusi pendidikan yang mengadopsi pendekatan berbasis kepuasan pelanggan akan lebih tangguh dalam menghadapi dinamika kebutuhan dan harapan masyarakat, terutama di tengah arus globalisasi dan kemajuan teknologi (Estede, S et al., 2025)

Tantangan besar dalam manajemen pelanggan pendidikan adalah keberagaman karakteristik pelanggan itu sendiri. Setiap kelompok pelanggan memiliki preferensi, tujuan, dan cara pandang yang berbeda, sehingga pendekatan personalisasi dan partisipatif menjadi suatu keharusan. Untuk itu, pengembangan mekanisme komunikasi yang transparan dan responsif sangat penting agar aspirasi seluruh stakeholder dapat diakomodasi secara seimbang.

Dalam kerangka TQM, keberadaan Komite Sekolah memiliki peran strategis sebagai penghubung antara lembaga dan pelanggan eksternal. Komite Sekolah tidak hanya bertindak sebagai representasi masyarakat, melainkan juga sebagai agen kontrol mutu, pemberi rekomendasi kebijakan, dan fasilitator partisipasi aktif. Misbah menyarankan penerapan model kemitraan dan orientasi pelanggan (client model-partnership model) agar lembaga pendidikan tetap relevan dan akuntabel dalam memberikan layanan terbaik kepada masyarakat .

Simpulan

Penerapan konsep pelanggan dalam kerangka Total Quality Management (TQM) di bidang pendidikan merupakan strategi penting yang menekankan orientasi pada kebutuhan dan harapan semua pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Pelanggan pendidikan yang mencakup siswa, orang tua, masyarakat, dunia kerja, serta guru dan staf memiliki karakteristik dan ekspektasi yang beragam dan kompleks. Oleh karena itu, institusi pendidikan dituntut untuk membangun komunikasi yang efektif, sistem umpan balik yang transparan, serta strategi pelayanan yang adaptif dan inklusif. Kepuasan pelanggan pendidikan tidak hanya menjadi indikator keberhasilan, tetapi juga alat utama untuk perbaikan berkelanjutan dan inovasi layanan.

Daftar Rujukan

- Abidin, Z., Jasmine, N., & Madhakomala, R. (2025). Quality Strategy in Excellent Service System Management for Customer Satisfaction in Educational Institutions. 2(3), 171–181. <https://doi.org/10.62885/edusci.v2i3.571>
- Adhari, I. Z. (n.d.). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Amin, F. (2025). Teacher Adaptation in Science Curriculum Development : Enhancing Student Learning Satisfaction. 17, 1006–1015. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v17i1.6350>
- Assiddiqi, M., & Vanany, I. (2021). QFD applications for quality improvements online student learning. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 1072. <https://doi.org/https://doi.org/10.1088/1757-899X/1072/1/012004>.
- Astutiek, D., Angesti, D., Kom, S., Prasetyorini, M. D. A., & KM, S. (2025). PERILAKU ORGANISASI DALAM MANAJEMEN PERUBAHAN DI ERA DIGITAL. https://www.researchgate.net/profile/Mochammad-Anshori-2/publication/389408616_Perilaku_Organisasi_dalam_Manajemen_Perubahan_di_Era_Digital_Com/links/67c17869f5cb8f70d5c30cf2/Perilaku-Organisasi-dalam-Manajemen-Perubahan-di-Era-Digital-Com.pdf
- Calma, A., & Dickson-Deane, C. (2020). The student as customer and quality in higher education. *International Journal of Educational Management*, 34, 1221–1235. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ijem-03-2019-0093>.
- Erlin, E., Andriani, L., Andriani, D., Nurmaya, N., Wahyuningsih, A., Febrianti, I., & Burhan, M. R. (2024). Peran Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Di Lembaga Pendidikan. *Journal of Governance and Public Administration*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.70248/jogapa.v2i1.1504>
- Estede, S., Anom, L., Rahayu, S., Rochmayanti, D., Mazidah, N., Bisri, H., ... & Effasa, A. S. (2025). MANAJEMEN DINAMIS: Adaptasi dan Strategi Global. *KBM INDONESIA*.
- Gea, L., & Harefa, E. B. (2025). Pengaruh Sarana Dan Prasarana Terhadap Hasil Belajar Siswa. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 8(2), 49–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.37329/cetta.v8i2.3564>
- Gumilar, N. (2023). *Budaya Organisasi Dan Kepemimpinan di Dunia Pendidikan*. . Pt Kimhsafi Alung Cipta.
- Ikhsan, N. F., Salim, C. R., & Tasya, D. A. (2023). Total Quality Management (TQM) And Its Implementation In Islamic Education Management. *Al-Wijdán: Journal of Islamic Education Studies*, 8(5), 528–539. <https://doi.org/https://doi.org/10.58788/alwijdn.v8i4.3188>
- Junaidah, J. (2022). Adapting of Quality Education; Towards Excellent and Competitive Higher Education. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 207–217. <https://doi.org/https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v6i1.3232>
- Deni Koswara dan Cepti Triatna, *Manajemen Pendidikan: Manajemen Mutu Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 288.
- Lukman, L., & Vegetama, M. R. (2023). Integrating Quality Function Deployment and Service Excellence for Educational Quality Enhancement in Higher Education. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(4), 1104–1118. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v7i4.6120>
- Luthfi, A. M. (2018). *Manajemen Strategis Kementerian Agama RI dalam Mengembangkan Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia [UIN Syarif Hidayatullah]*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43764>
- Misbah, M., & U. (2021). Upaya Meningkatkan Mutu Pembelajaran PAI melalui Metode Daring dengan Model Pedagogis Konstruktivistik di Masa Pandemi. *Jurnal Kependidikan*, 9(1), 10–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/jk.v9i2.5261>
- Misbah, M. (2009). Peran dan Fungsi Komite Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikane. *INSANIA: Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*, 14(1), 68–91. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/insania/article/view/319>

- Mittal, V., & Jung, J. (2024). Revitalizing educational institutions through customer focus. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/s11747-024-01007-y>
- Nitin Liladhar Rane, Anand Achari, S. P. C. (2023). Enhancing Customer Loyalty Through Quality Of Service: Effective Strategies To Improve Customer Satisfaction, Experience, Relationship, And Engagement. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 5(5), 427-452. <https://doi.org/10.56726/irjmets38104>.
- Rahmadhanti, N., & Gustomo, A. (2024). THE INFLUENCE OF COMMUNICATION AND SOCIAL WORK ENVIRONMENT ON EMPLOYEES' INTERPERSONAL RELATIONSHIPS. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 21(2), 188–198. <https://doi.org/10.29313/performa.v21i2.4468>.
- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Jurnal Test* 2, 6(2), 10967–10975. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>
- Riesner, S., Altnau, C., Berner, M. R., Skraba, A., Ajiri, D., & Kopac, L. (2025). EMPLOYEE TRAINING AS A SUPPORT FOR THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF THE COMPANY. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(3), 1–17. <https://doi.org/10.47172/2965-730x.sdgsreview.v5.n03.pe05401>.
- Sa'dullah, A. S. A. (2023). Strategi humas berbasis partisipasi orang tua dalam meningkatkan layanan pendidikan. *SINDA*, 3(3), 68–80. <https://doi.org/10.28926/sinda.v3i3.1160>
- Santi, A., & Setiyono, R. (2024). How does Quality Management affect Customer Satisfaction in Educational Institutions? *Edumas Pul*, 08(02), 3350–3359. <https://doi.org/10.33487/edumas pul.v8i1>
- Shah, R., & Gillen, A. (2023). A systematic literature review of university-industry partnerships in engineering education. *European Journal of Engineering Education*, 49(49), 577–603. <https://doi.org/10.1080/03043797.2023.2253741>.
- Sudadio, M. P. (2024). *Manajemen Desain Mutu Terpadu Jasa Pendidikan: Upaya Sentral dan Strategis dalam Penyelenggaraan Pendidikan Bermutu*. Jakad Media Publishing.
- Sunardi, M. P. (2024). *Manajemen Pendidikan Islam: Teori Pengantar*. Zahir Publishing.
- Sunardi, S., Zaenuri, Z., & Hajras, M. (2025). Perencanaan Strategi Pengembangan Mutu di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Manajemen dan Budaya*, 5(1), 12-20.
- Yrjölä, M. (2021). Eye on the customer: breaking away from the inside-out mindse. . . *Journal of Business Strategy*, 42(3), 206–214. <https://doi.org/10.1108/JBS-02-2020-0022>